



SEMINARNASIONAL
'STRATEGI MENGHADAPI DAMPAK KEMAJUAN TEKNOLOGI
INFORMASI TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL'
Surabaya, 26 Nopember 2009
Diselenggarakan Oleh FISIP & LPPM UPN "Veteran" Jawa Timur

MOTIF ANGGOTA RESIMEN MAHASISWA TENTANG TAYANGAN TARGET DAN STRATEGI DI INDOSIAR

(Studi Deskriptif Tentang Motif Anggota Resimen Mahasiswa Korwil I Surabaya Dalam Menonton Tayangan Target Dan Strategi Di Indosiar)

Syaifuddin Zuhri

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang mendorong anggota Resimen Mahasiswa untuk menonton acara Target dan Strategi di Indostar.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota Resimen Mahasiswa dari perguruan tinggi yang ada di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penentuan sampel dengan *purposive sampling* tergantung pada pertimbangan atau penilaian subyektif dari peneliti. Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan anggota Menwa yang pernah mengikuti Pendidikan dan Latihan Dasar (Diklatsar). Teknik pengambilan data dilakukan melalui kuisioner untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, dan memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin Model kuesioner yang digunakan oleh peneliti adalah model pertanyaan tertutup. Pembagian kuesioner akan langsung dibagikan oleh peneliti di lapangan.

Dalam pembagian kuisioner selain data ordinal, peneliti juga menggunakan data nominal. Data nominal adalah data yang hanya menghasilkan satu dan hanya satu-satunya kategori. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data Primer melalui daftar pertanyaan berstruktur kepada responden yang ada dalam kuesioner. Sedang data sekunder diperoleh melalui bahan-bahan literatur.

Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif yang memberikan gambaran dan interpretasi dari hasil perhitungan yang dijabarkan dalam bentuk tabel atau gambar. Analisis Deskriptif yang disajikan dalam penelitian ini ada 2 macam, yaitu Frekuensi dan Rata-Rata. Hasil kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah mayoritas anggota Menwa mempunyai Motif Kognitif yang tinggi dalam menonton Target dan Strategi.

PENDAHULUAN

Sejak tanggal 24 Agustus 1990 pemerintah mengeluarkan izin untuk televisi swasta, mulai dari RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia), kemudian SCTV (Surya Citra Televisi), setelah itu AN-TV (Cakrawala Andalas Televisi), dan yang terakhir, izin tersebut diberikan kepada Indosiar (Indosiar Visual Mandiri) pada tahun 1995. Di samping itu, TVRI Stasiun Pusat Jakarta juga ikut menyemarakkan kehadiran TV-TV swasta tersebut dengan menyiarkan Program 11, yang mayoritas bermaterikan hiburan, dengan jam siar yang pendek (18.00-21.00 WIB). kemudian diikuti oleh TVRI Stasiun Surabaya. (Kuswandi, 2003:33).

. Menurut Sastro (2000:23) menyatakan bahwa dari beberapa media massa yang ada, televisi merupakan media massa elektronik yang paling akhir kehadirannya. Meskipun demikian televisi dinilai sebagai media massa yang paling efektif hal ini terjadi karena kekuatan audio visual televisi yang menyentuh segi-segi kejiwaan. Sebagai salah satu media pemberi informasi, Indosiar menyajikan satu bentuk acara yang dikemas dalam sebuah program reality yang berisi informasi yang cukup menarik yaitu Target dan Strategi. Target dan Strategi menggambarkan kegiatan sehari-hari para anggota TNI mulai dari bangun pagi sampai tidur kembali. Mulai dari upacara bendera di pagi hari, olah raga, kegiatan agama, serta, latihan-latihan militer. Selain itu ditampilkan kegiatan mengenai kemampuan teknik dan taktik yang dimiliki oleh Kesatuan TNI dalam berbagai simulasi untuk tanggap dan mampu memecahkan masalah di lapangan.

Target, secara linguistik berasal dari kata "target" yang berarti suatu sasaran untuk menandai kemampuan menembak, untuk menguji ketepatan suatu senjata api, atau kekuatan suatu proyektil. Strategi, secara linguistik berasal dari bahasa latin dari kata "strategia" yang berarti rencana umum dari tujuan, atau dari kata "strategos" yang berarti pemimpin atau pemimpin dari suatu angkatan perang", atau dari kata dari "stratos" yang berarti angkatan perang ditambah akhiran "ago" yang berarti untuk memimpin atau untuk melakukan.



**SEMINARNASIONAL
'STRATEGI MENGHADAPI DAMPAK KEMAJUAN TEKNOLOGI
INFORMASI TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL'
Surabaya, 26 Nopember 2009
Diselenggarakan Oleh FISIP & LPPM UPN "Veteran" Jawa Timur**

Daya tarik utama yang membuat acara Target dan Strategi menarik bagi para anggota menwa karena hal-hal yang dilakukan oleh para prajurit TNI yang ada pada tayangan Target dan Strategi dapat menjadi masukan informasi dan memperluas wawasan mengenai kemiliteran. Selama itu bagi para anggota Menwa yang pernah dididik di asrama militer dapat menimbulkan rasa kedekatan antara mereka dengan tayangan target dan strategi karena merasa pernah mengalami hal yang sama pada waktu menjalani pendidikan. Oleh karena itu penayangan acara Target dan Strategi sangat dinantikan anggota Menwa tiap minggunya. Karena dari tayangan tersebut anggota menwa dapat mencontoh dan akhirnya dapat diaplikasikan sebagai bahan tambahan pengajaran di lingkungan perguruan tinggi sendiri. Berkaitan dengan perilaku menonton acara Target dan Strategi, tindakan seseorang dalam menggunakan isi sebuah media massa, seperti halnya menonton acara Target dan Strategi ini tentulah didasarkan pada kebutuhan yang mendorongnya hingga sampai pada penggunaan sebuah isi media massa.

Untuk dapat mengamati seseorang dalam melakukan suatu tindakan ataupun perbuatan perlu memperhatikan hal-hal yang melatarbelakanginya, apa saja yang mendorong melakukan tindakan perbuatan tersebut apa motifnya, untuk itu peneliti akan menjelaskan mengenai motif. Istilah motif berasal dari kata motive atau motif yang berarti dorongan dalam diri organisme untuk menentukan pilihan-pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sehingga sesuai dengan tujuan (definisi objektif). Definisi subyektif, motif inilah yang menjadi dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku, bertindak menurut tujuannya (Bruno, 2001:188).

Pencapaian tujuan itu merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan. Jadi motif adalah hal yang berkaitan dengan dorongan, keinginan hasrat dari dalam diri untuk melakukan sesuatu dan memberikan arah-arah, tujuan pada tingkah laku seseorang (Gerungan, 2002:143). Purwanto menjelaskan bahwa fungsi dari motif adalah:

Motif sebagai pendorong manusia bertindak atau berbuat dan berfungsi sebagai motor yang memberikan energi kepada seseorang untuk melakukan suatu tugas.

Motif menentukan arah perubahan, ke arah perwujudan suatu tujuan atau cita-cita.

Motif menyeleksi perbuatan kita, artinya, menentukan perbuatan-perbuatan mana yang harus dilakukan yang serasi, guna mencapai tujuan itu dengan mengesampingkan perbuatan yang tidak bermanfaat (Purwanto, 2000:60).

Menonton televisi bagi pemirsa merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kebutuhan tersebut bisa berupa kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan. Jika dikaitkan dengan motif, maka motif pemirsa dalam menonton disini, menurut Blumer (Rakhmat, 2000:66) didasari pada tiga motif yang bisa diartikan sebagai keinginan untuk menambah pengetahuan baru, keinginan untuk mencari hiburan, dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Untuk rating, acara Target dan Strategi termasuk mempunyai rating yang tinggi di antara acara reality dan informasi yaitu termasuk nomor ke-3. Hal ini dibuktikan dan tayangan tiap minggunya yang sering diulang-ulang atas permintaan pemirsa. Di mana berdasarkan website online di indosiar.co.id acara yang menyuguhkan tentang informasi yang menduduki rating pertama yaitu acara Horison yang tayang setiap hari Rabu pukul 12.30 WIB, kemudian rating kedua acara Teropong yang tayang setiap hari Selasa pukul 12.30 WIB. Acara serupa Target dan Strategi juga ditayangkan oleh TVRI dengan nama program CITA (Cinta Tanah Air) yang ditayangkan pada pukul 13.30 WIB setiap hari Minggu. Namun acara tersebut yang ditayangkan secara nasional tersebut sering terkendala karena seringnya tergeser oleh acara lokal Jawa Timur, sehingga penonton kurang bisa menikmati tayangan tersebut hingga tuntas.

Dengan pengemasan acara yang dibuat sedemikian rupa akan memperlihatkan bahwa TNI masih berkibar dengan selalu mengasah kemampuannya dalam teknik dan strategi menjadi benteng negara, serta TNI yang selalu siap untuk menjadi abdi masyarakat. Dalam hal ini menwa juga pernah bekerja sama dalam kegiatan sosial, di mana Menwa Mahasurya dari UPN Veteran bergabung dengan kesatuan Batalyon 511Badak Hitam Blitar dan DenZiBang Korem 081 Madiun saat terjadi Gempa di Bantul, Yogyakarta 3 tahun silam.

Pendekatan Uses and Gratification

Penjelasan tentang aktifitas menonton akan dijelaskan melalui pendekatan uses and gratification, di mana dalam sebuah perilaku media yang melibatkan penggunaan sebuah isi media oleh khayalak yang berakibat pada adanya terpaan dalam diri khalayak, merupakan isu atau topik yang dibahas dalam pendekatan uses and

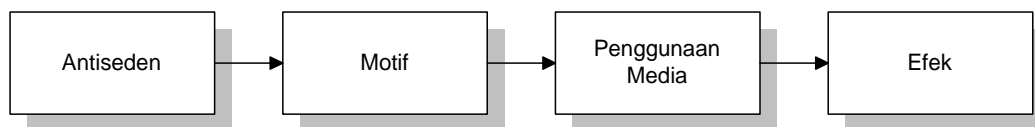


gratification. Pendekatan ini berawal dari satu pemikiran bahwa perilaku setiap individu didorong oleh adanya motif-motif tertentu, maka di dalam ilmu komunikasi muncul satu pendekatan yang dinamakan Uses and Gratification ini.

Tayangan suatu acara pada suatu stasiun televisi akan menimbulkan pemenuhan kebutuhan tertentu dalam diri khalayak. Dalam ilmu komunikasi, fenomena ini dijelaskan dalam teori *implicit personality theory* yaitu suatu teori yang digunakan orang ketika membentuk kesan terhadap orang lain dan bagaimana pembentukan kesan itu pun dipengaruhi oleh bagaimana seseorang melihat segala bentuk apresiasi dalam setiap peristiwa yang dilihatnya (Effendi, 2001:123) dalam hal ini adalah acara Target dan Strategi. Dengan perkembangan jaringan komunikasi sendiri yang luas dan fleksibel akan semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses bentuk-bentuk informasi pendidikan maupun berbagai macam informasi di bidang hiburan yang dianggap penting dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Demikian juga dengan segala bentuk tayangan yang disajikan oleh media televisi. Khalayak akan berusaha mencari suatu bentuk tayangan yang benar-benar dianggap sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Sesuai dengan bentuk model-model yang lain, model uses and gratifications adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Model Uses and Gratifications



Sumber: Jalaludin Rahmat (2001)

Antecedent meliputi variabel individual yang terdiri dari data demografis seperti usia, jenis kelamin dan faktor-faktor psikologis komunikasi, serta variabel lingkungan seperti organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial. Motif dapat dioperasionalkan dengan berbagai cara; unifungsional (hasrat melarikan diri, kontrak sosial, atau bermain), bifungsional (informasi-edukasi, *fantasist* atau gratifikasi tertangguhkan). Penggunaan media merupakan aktivitas dari individu sebagai upaya pemenuhan kebutuhan media massanya dengan mengonsumsi isi media, dimana dalam hal aktivitas penggunaan media terdapat dua unsur penting yang dapat menentukan dampak media berupa gratifikasi media yaitu tingkat perhatian pada isi media dan frekuensi penggunaan media. (Elihu Katz, et.al.:22).

Kerangka Berpikir

Serangkaian kebutuhan dasar manusia yang membentuk harapan atau kebutuhan pada media massa mengakibatkan pola terpaan media yang berlainan tergantung pada tingkat terpaan dan *frame of reference audience*.

Teori ego-defensif beranggapan bahwa dalam hidup ini kita mengembangkan citra diri yang tertentu dan kita berusaha untuk mempertahankan citra diri ini serta berusaha hidup sesuai dengan diri dan dunia kita. Kita berpegang teguh pada konsep diri ini karena kita membentuknya dengan susah payah. Bila terjadi peristiwa yang tidak sesuai dengan konsep diri, kita menggunakan mekanisme pertahanan ego yang diuraikan oleh kelompok psikolog dari mazhab psiko-analisis, misalnya rasionalisasi, personifikasi, pembentukan reaksi, dan sebagainya.

Teori penemuan memandang bahwa orang dalam situasi tertentu akan bertindak laku dengan suatu cara yang membawanya kepada ganjaran seperti yang telah dialaminya pada waktu lalu. Teori penemuan memang berasal dari mazhab behaviorisme. Menurut kerangka teori ini, orang menggunakan media massa karena mendapatkan ganjaran berupa informasi, hiburan, hubungan dengan orang lain, dan sebagainya. Di samping isi media yang menarik, peristiwa menggunakan media sering diasosiasikan dengan suasana yang menyenangkan.

Teori reduksi tegangan memandang manusia sebagai sistem tegangan yang memperoleh kepuasan pada pengurangan ketegangan. Manusia dipandang sebagai makhluk yang mencoba mencapai suasana "nirwana". Orang berusaha menghilangkan atau mengurangi tegangan dengan mengungkapkannya. Tegangan emosional



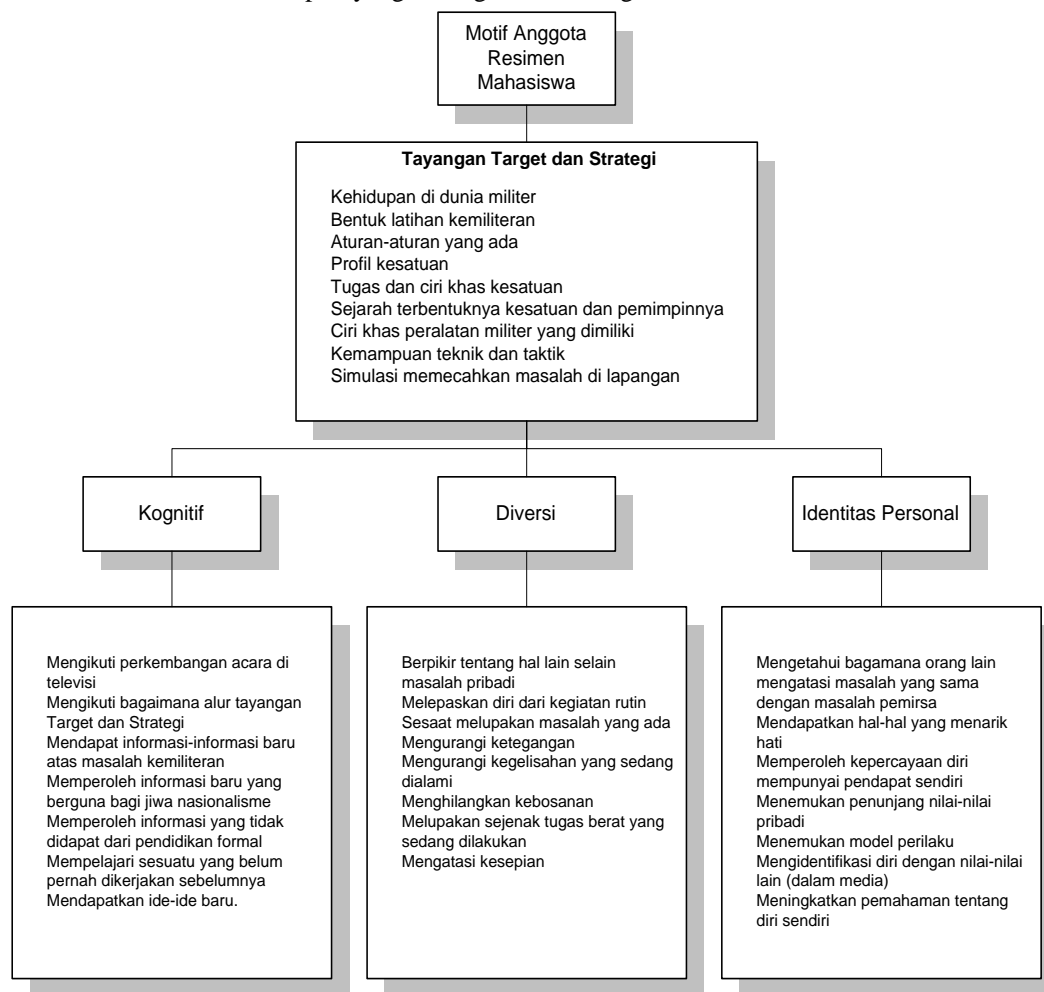
SEMINARNASIONAL
'STRATEGI MENGHADAPI DAMPAK KEMAJUAN TEKNOLOGI
INFORMASI TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL'
Surabaya, 26 Nopember 2009
Diselenggarakan Oleh FISIP & LPPM UPN "Veteran" Jawa Timur

karena marah berkurang setelah kita mengungkapkan kemarahan itu, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Teori ekspresif menyatakan bahwa orang memperoleh kepuasan dalam mengungkapkan eksistensi dirinya menampakkan perasaan dan keyakinannya. Latihan yang berat untuk memperoleh ketrampilan fisik, misalnya terasa menyenangkan karena memberikan tantangan untuk menunjukkan kemampuan diri. Komunikasi massa mempermudah orang untuk berfantasi, melalui identifikasi dengan tokoh-tokoh yang disajikan sehingga orang secara tidak langsung mengungkapkan perasaannya. Media massa bukan saja membantu orang untuk mengembangkan sikap tertentu, tetapi juga menyajikan berbagai macam permainan untuk ekspresi diri: misalnya teka-teki silang, kontes, novel misterius, dan acara kuis televisi.

Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. Kerangka Pemikiran Motif Anggota Resimen Mahasiswa Terhadap Tayangan Target dan Strategi di Indosiar



Sumber: Data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Indosiar Visual Mandiri Tbk adalah stasiun Televisi swasta nasional yang berkedudukan di Jakarta, tepatnya di Jalan Damai no 11 Daan Mogot-Jakarta Barat yang berdiri pada tanggal 11 Januari 1995 dan diresmikan oleh Menteri Penerangan saat itu.

Falsafah dari ikan terbang sebagai misi dari PT. Indosiar Visual.Mandiri Tbk, yaitu:



SEMINARNASIONAL
'STRATEGI MENGHADAPI DAMPAK KEMAJUAN TEKNOLOGI
INFORMASI TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL'
Surabaya, 26 Nopember 2009
Diselenggarakan Oleh FISIP & LPPM UPN "Veteran" Jawa Timur

Futuristic, digambarkan bahwa ikan terbang berenang sangat cepat. Maksudnya PT. Indosiar Visual Mandiri Tbk "Berorientasi maju dengan terobosan baru".

Innovative, digambarkan bahwa ikan terbang mampu terbang setinggi-tingginya. Maksudnya PT. Indosiar ingin "Menjadi Trendsetter dengan Ide Original"

Satisfactory, digambarkan bahwa sisik ikan memudahkan untuk meluncur di air. Maksudnya PT. Indosiar Mengutamakan Kepuasan Masyarakat.

Humanity, digambarkan ikan tak akan tenggelam karena memiliki kantung udara Visi dari PT. Indosiar Visual Mandiri Tbk adalah stasiun televisi terkemuka dengan tayangan program tayangan berkualitas, "*FISH to be THE FIRST*". mampu memnuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh rating tertinggi.

1. Deskripsi Indikator Motif dalam Menonton Tayangan Target dan Strategi

Motif dapat diartikan sebagai semua penggerak alasan-alasan atau dorongan-dorongan dari dalam diri manusia yang menyebabkan berbuat sesuatu motif merupakan ciri dari kebutuhan. Motif-motif anggota Menwa dalam menonton acara Target dan Strategi ini dijabarkan dijabarkan ke dalam 3 jenis motif, yaitu motif kognitif, motif diversif, dan motif identitas personal, yang masing-masing dijabarkan dalam beberapa indikator.

Analisis secara deskriptif diperlukan dalam penelitian .Adapun deskripsi masing-masing indikator motif anggota Menwa dalam menonton acara Target dan Strategi berdasarkan jawaban responden adalah sebagai berikut:

Deskriptif Tentang Motif Kognitif

Hasil jawaban responden terhadap masing-masing indikator sbb:

Tabel 1. Frekuensi Jawaban
Mendapat Informasi-Informasi Baru Atas Masalah Kemiliteran

Sikap	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	7,5
Tidak Setuju	14	20,9
Setuju	18	26,9
Sangat Setuju	30	44,8
Total	67	100

Sumber data diolah

Dari table 1 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden (30 orang atau 44,8%) menyatakan sangat setuju bahwa motif mereka dalam menonton Target dan Strategi salah satunya adalah mendapat informasi-informasi baru atas masalah kemiliteran. karena pada setiap tayangan Target dan Strategi dapat diperoleh pengetahuan baru mengenai kehidupan kemiliteran yang dapat dikaitkan dengan peran anggota Menwa di masyarakat. Sedangkan sebagian responden (5 orang atau 7,5%) menyatakan sangat tidak setuju

Tabel 2. Frekuensi Jawaban
Memperoleh Informasi Yang Tidak Didapat Dari Pendidikan Formal

Sikap	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	7,5
Tidak Setuju	10	14,9
Setuju	30	44,8
Sangat Setuju	22	32,8
Total	67	100

Sumber: data diolah



SEMINARNASIONAL
'STRATEGI MENGHADAPI DAMPAK KEMAJUAN TEKNOLOGI
INFORMASI TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL'
Surabaya, 26 Nopember 2009
Diselenggarakan Oleh FISIP & LPPM UPN "Veteran" Jawa Timur

Dari tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden (30 orang atau 44,8%) menyatakan setuju bahwa motif mereka dalam menonton Target dan Strategi salah satunya adalah memperoleh informasi yang tidak didapat dari pendidikan formal. Hal ini disebabkan karena dalam pendidikan formal masih dirasa kurang mengenai materi panjabaran rasa nasionalisme apalagi yang berkaitan dengan dunia kemiliteran. Sedangkan sebagian responden (5 orang atau 7,5%) menyatakan sangat tidak setuju .

b.Deskriptif Tentang Motif Diversi

Adapun hasil jawaban rata-rata responden terhadap masing-masing indikator

Tabel 3.Frekuensi Jawaban

Melepaskan Diri Dari Kegiatan Rutin

Sikap	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	7,5
Tidak Setuju	19	28,4
Setuju	25	37,3
Sangat Setuju	18	26,9
Total	67	100

Sumber: data diolah

Dari tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden (24 orang atau 35,8%) menyatakan setuju bahwa motif mereka dalam menonton Target dan Strategi salah satunya adalah untuk melepaskan diri dari kegiatan rutin. Hal ini disebabkan karena rutinitas sehari-hari yang dilakukan para anggota Menwa dapat sedikit berkurang dengan tayangan Target dan Strategi.Sedangkan sebagian responden (5 orang atau 7,5%) menyatakan sangat tidak setuju bahwa motif mereka dalam menonton Target dan Strategi adalah untuk melepaskan diri dari kegiatan rutin. Hal ini disebabkan karena tayangan Target dan Strategi kurang suasana yang santai, dalam arti tayangan Target dan Strategi penuh dengan tema kedisiplinan.

Tabel 4. Frekuensi Jawaban

Mengurangi Ketegangan

Sikap	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	13	9,1
Tidak Setuju	20	14,0
Setuju	42	29,4
Sangat Setuju	68	47,6
Total	67	100,0

Sumber: data diolah

Dari tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden (24 orang atau 35,8%) menyatakan setuju bahwa motif mereka dalam menonton Target dan Strategi salah satunya adalah untuk mengurangi ketegangan.

Hal ini disebabkan karena tayangan Target dan Strategi ditayangkan pada pukul 12.00, yaitu waktu yang dapat digunakan untuk istirahat dan mengurangi ketegangan. Sedangkan sebagian responden (13 orang atau 9,1%) menyatakan sangat tidak setuju ketegangan.



SEMINARNASIONAL
'STRATEGI MENGHADAPI DAMPAK KEMAJUAN TEKNOLOGI
INFORMASI TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL'
Surabaya, 26 Nopember 2009
Diselenggarakan Oleh FISIP & LPPM UPN "Veteran" Jawa Timur

Deskriptif Tentang Motif Identitas Personal

Adapun hasil jawaban rata-rata responden terhadap masing-masing indikator Motif Identitas Personal adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Frekuensi Jawaban

Menemukan Penunjang Nilai-Nilai Pribadi

Sikap	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	3,0
Tidak Setuju	9	13,4
Setuju	31	46,3
Sangat Setuju	25	37,3
Total	67	100

Sumber :data diolah

Dari table 5 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden (31 orang atau 46,3%) menyatakan setuju bahwa motif mereka dalam menonton Target dan Strategi salah satunya adalah untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi. Hal ini disebabkan karena para anggota Menwa ingin meningkatkan nilai-nilai kepribadian yang baik yang dapat diambil dari tayangan Target dan Strategi. Sedangkan sebagian responden (2 orang atau 3,0%) menyatakan sangat tidak setuju

Tabel 6. Frekuensi Jawaban

Menemukan Model Perilaku

Sikap	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	3,0
Tidak Setuju	9	13,4
Setuju	31	46,3
Sangat Setuju	25	37,3
Total	67	100

Sumber: data diolah

Dari tabel 6 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden (31 orang atau 46,3%) menyatakan setuju bahwa motif mereka dalam menonton Target dan Strategi salah satunya adalah untuk menemukan model perilaku.

Hal ini disebabkan karena kegiatan para anggota Menwa terkait dengan kehidupan sosial di kampus dan masyarakat, sehingga mereka perlu cerminan pelaksanaan jiwa nasionalisme yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakatnya. Sedangkan sebagian responden (2 orang atau 3,0%) menyatakan sangat tidak setuju

2. Deskripsi Motif Anggota Menwa dalam Menonton Tayangan Target dan Strategi Deskripsi Motif Kognitif

Tabel 7. Motif Kognitif

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Tinggi	39	58,2
2	Sedang	26	38,8
3	Rendah	2	3,0
Jumlah		67	100

Sumber: Data diolah



SEMINARNASIONAL
'STRATEGI MENGHADAPI DAMPAK KEMAJUAN TEKNOLOGI
INFORMASI TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL'
Surabaya, 26 Nopember 2009
Diselenggarakan Oleh FISIP & LPPM UPN "Veteran" Jawa Timur

Dari table 7 di atas, dapat diketahui bahwa 39 orang atau 58,2% responden termasuk mempunyai Motif Kognitif yang tinggi Target dan, 26 orang atau 38,8% responden termasuk mempunyai Motif Kognitif yang sedang, 2 orang atau 3% responden termasuk mempunyai Motif Kognitif yang rendah dalam menonton Target dan Strategi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mempunyai Motif Kognitif yang tinggi dalam menonton Target dan Strategi.

Deskripsi Motif Diversi

Tabel 8. Motif Diversi

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Tinggi	30	44,8
2	Sedang	33	49,3
3	Rendah	4	6,0
Jumlah		67	100

Sumber: Data diolah

Dari table 8 di atas, dapat diketahui bahwa 30 orang atau 44,8% responden termasuk mempunyai Motif Diversi yang tinggi dalam menonton, 33 orang atau 49,3% responden termasuk mempunyai Motif Diversi yang sedang dalam menonton, dan 4 orang atau 6% responden termasuk mempunyai Motif Diversi yang rendah dalam menonton Target dan Strategi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mempunyai Motif Diversi yang sedang dalam menonton Target dan Strategi.

Hal ini berarti bahwa motif sebagian besar anggota Menwa dalam menonton tayangan Target dan Strategi didorong oleh kebutuhan untuk melepaskan diri dari kegiatan rutin, mengurangi ketegangan, menghilangkan kebosanan, dan melupakan sejenak tugas berat yang sedang dilakukan.

Deskripsi Motif Identitas Personal

Tabel 9. Motif Identitas Personal

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Tinggi	40	59,7
2	Sedang	25	37,3
3	Rendah	2	3,0
Jumlah		67	67

Sumber: Data diolah

Dari table 9 di atas, dapat diketahui bahwa 40 orang atau 59,7% responden termasuk mempunyai Motif Identitas Personal yang tinggi dalam menonton, 25 orang atau 37,3% responden termasuk mempunyai Motif Identitas Personal yang sedang dalam menonton, dan 2 orang atau 3% responden termasuk mempunyai Motif Identitas Personal yang rendah dalam menonton Target dan Strategi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mempunyai Motif Identitas Personal yang tinggi dalam menonton Target dan Strategi.

Hal ini berarti bahwa motif sebagian besar anggota Menwa dalam menonton tayangan Target dan Strategi sangat didorong oleh mendapatkan hal-hal yang menarik hati, menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, dan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:



SEMINARNASIONAL
'STRATEGI MENGHADAPI DAMPAK KEMAJUAN TEKNOLOGI
INFORMASI TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL'
Surabaya, 26 Nopember 2009
Diselenggarakan Oleh FISIP & LPPM UPN "Veteran" Jawa Timur

Dari hasil analisis, dapat diketahui bahwa mayoritas anggota Menwa mempunyai Motif Kognitif yang tinggi dalam menonton Target dan Strategi. Hal ini berarti bahwa motif anggota Menwa dalam menonton tayangan Target dan Strategi sangat didorong oleh kebutuhan untuk mengikuti bagaimana alur tayangan Target dan Strategi, mendapat informasi-informasi baru atas masalah kemiliteran, memperoleh informasi baru yang berguna bagi jiwa nasionalisme, memperoleh informasi yang tidak didapat dari pendidikan formal, dan mempelajari sesuatu yang belum pernah dikerjakan sebelumnya.

Dari hasil analisis, juga dapat diketahui bahwa mayoritas anggota Menwa mempunyai Motif Diversi yang sedang. Hal ini berarti bahwa motif anggota Menwa dalam menonton tayangan Target dan Strategi didorong oleh kebutuhan untuk melepaskan diri dari kegiatan rutin, mengurangi ketegangan, menghilangkan kebosanan, dan melupakan sejenak tugas berat yang sedang dilakukan.

Dari hasil analisis, juga dapat diketahui bahwa mayoritas anggota Menwa mempunyai Motif Identitas Personal yang tinggi dalam menonton Target dan Strategi. Hal ini berarti bahwa motif anggota Menwa dalam menonton tayangan Target dan Strategi sangat didorong oleh mendapatkan hal-hal yang menarik hati, menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, dan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diambil maka saran-saran yang dapat penulis ajukan yang berkaitan dengan penelitian adalah sebagai berikut:

Indosiar sebagai stasiun televisi yang menayangkan tayangan Target dan Strategi sebaiknya terus menayangkan acara tersebut, karena kehadirannya sangat ditunggu-tunggu oleh para anggota Resimen Mahasiswa. Selain itu tayangan Target dan Strategi dapat menjadi media untuk penanaman jiwa nasionalisme yang tepat bagi bangsa Indonesia.

Untuk mendukung hasil penelitian ini disarankan kepada peneliti-peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa dengan batasan-batasan tertentu yang lebih bervariasi agar memperoleh kesimpulan yang lebih baik daripada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Blumler, Jay G. (2001). *The Role Of Theory In Uses And Gratification Studies*. London: Sage Publication.
- _____. & Katz, Elihu (2001). *The Uses Of Mass Communications Current Perspectives On Gratification Research*, vol. 111. London: Sage Publications.
- Dimmick, Dobos & Lin. (2000). **The Niche A Media Industries: A Uses And Gratification Approach To Measuring Superiority**. Ohio: Department of Communication, The Ohio State University.
- Efendy, Onong Uchyana. (2001). **Dinamika Komunikasi**. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Kuswandi, Wawan, **Komunikasi Massa**. Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2003
- Liliweri, Allo. (2000). **Komunikasi Antarpribadi**. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Mulyana, Deddy. **Ilmu Komunikasi**. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2002
- Rakhmat, Jalaluddin. (2000). **Psikologi Komunikasi**. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- _____. (2001). **Metode Penelitian Komunikasi**. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono, **Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasi dan SPSS**, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2004.
- Singarimbun, Masri. (2000). **Metode Penelitian Survey**. Jakarta: LP3ES printing.
- Wahyudi, JB. (2004). **Dasar-Dasar Jurnalistik Radio Dan Televisi**. Jakarta: Pustaka. Utama Grafiti.